

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

В.Ю. Жиленко,

кандидат биологических наук, доцент кафедры туризма и социально-культурного сервиса, НИУ «БелГУ»

В настоящее время в туристской отрасли все большее значение придается повышению уровня квалификации персонала, путем усиления теоретической подготовки в области экономики и управления туризмом.

Многие работники туристической отрасли рассматривают свою работу только как офисную, недостаточный уровень их квалификации приводит к злоупотреблению, а иногда и мошенничеству, что проявилось, например, в виде массовых банкротств турфирм в сезон 2014 года [1].

К числу наиболее часто применяемых и необходимых направлений повышения уровня квалификации туроператоров и турагентов следует отнести «управление проектами» - Project Management.

Проект, является временным предприятием (усилием), предназначенным для создания уникальных продуктов, услуг или результатов [2].

Временный характер организации проекта означает, что у любого проекта есть определенное начало и завершение.

Гарольд Оберлендер считает, что управление проектами - это искусство и умение скоординировать людей, оборудование, материалы, деньги и последовательность работ по реализации проекта во времени и в рамках утвержденной стоимости [3].

Управление проектами состоит в приложении знаний, навыков, инструментов и методов к работам проекта для удовлетворения требований, которые предъявляются к проекту.

Управление проектами состоит из 5 групп процессов, объединенных между собой: инициализация; планирование; исполнение; мониторинг и управление и завершение.

В сфере туризма основными проектами являются проекты по созданию туристского продукта. Основным методом при разработке данных проектов является креативный подход.

Для эффективного управления проектами в сфере туризма необходимо учитывать ряд отличительных особенностей туристского продукта.

В широком смысле туристский продукт является не экономическим благом, которое предназначено для обмена, а обладает товарной природой. Особенностью туристского продукта является то, что он может быть потреблен только в месте производства туристских услуг.

Управление проектами предусматривает саму разработку технологии составления туристского продукта. Турпродукт, как товар характеризуется потребительской стоимостью, т.е. степенью способности удовлетворять рекреационные потребности туристов. Полезность турпродукта определяется его ценностью для туриста.

Поэтому при проектировании тура туроператор должен учитывать целевую аудиторию потребителей. Турпродукт иногда ассоциируют с понятием «туристский пакет» - основным комплексом услуг, которые предоставляют в путешествии по групповому или индивидуальному плану, который имеет серийный характер, предлагается в широкую продажу.

Турпакет включает такие обязательные элементы, как: туристский центр, трансфер, услуги размещения (рис. 1). Услуги по питанию туристов не включаются отдельным элементом в туристский пакет, так как в туризме они составляют часть услуг размещения.

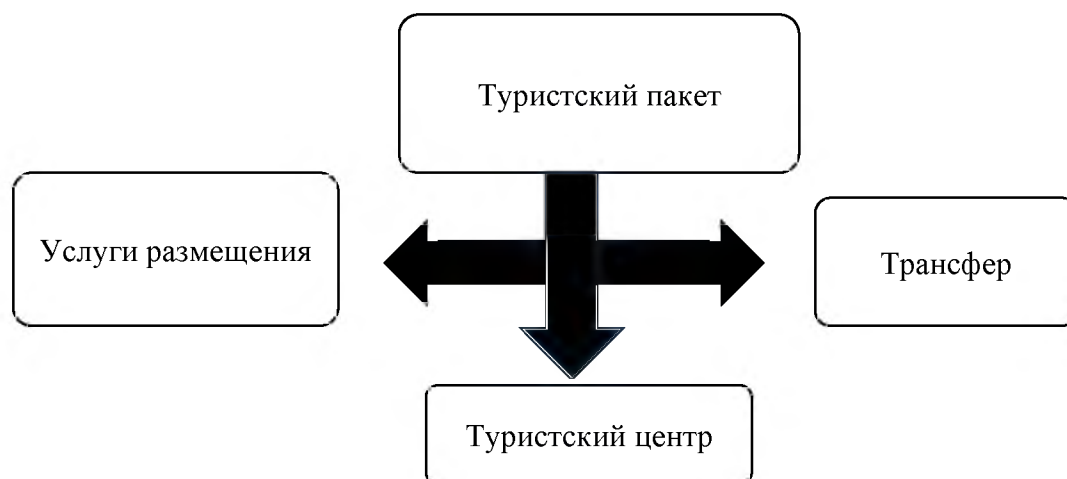


Рис. 1. Структура туристского пакета

Туристский продукт является совокупностью вещественных (предметы потребления) и неимущественных (услуги) потребительских стоимостей, которые необходимы для полного удовлетворения потребностей туристов, которые возникают во время путешествия.

Туристский продукт включает в себя: тур, дополнительные туристско-экскурсионные услуги и товары (рис. 2).

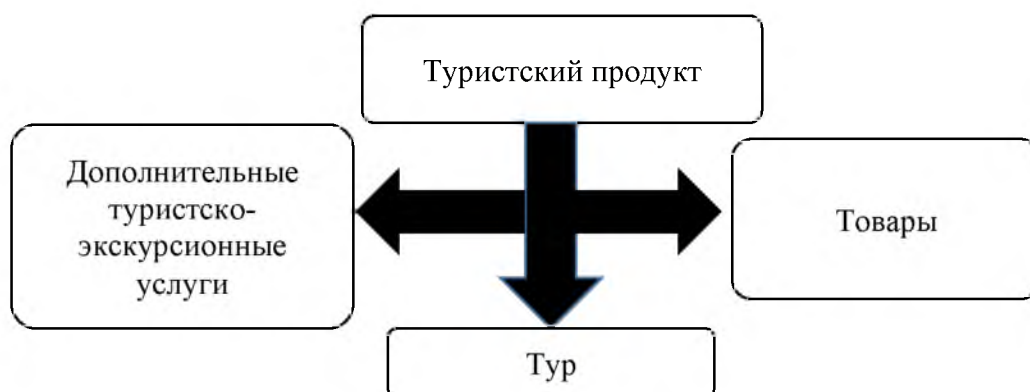


Рис. 2. Структура туристского продукта

Таким образом, при управлении проектом, необходимо учитывать, что туристский продукт состоит из двух составляющих – это тур и дополнительные туристско-экскурсионные услуги.

При этом необходимо учитывать, что туристский пакет, является только обязательной частью турпродукта.

Таким образом, тур – это первичная единица турпродукта, которая реализуется клиенту как единое целое, является продуктом труда туроператора на определенный маршрут в определенные сроки.

По масштабу туристские проекты соответствуют величине предпринимательства, могут быть крупные, средние и малые проекты.

Величина туристского проекта может быть определена по количеству проданных туров за определенный период, количеству обслуживаемых туристов, объему выручки.

В туристской отрасли могут быть применены следующие виды проектов: инвестиционный (проект связан с капитальными вложениями в создание и развитие

предприятий туристской инфраструктуры), инновационный (проект связан с разработкой новейших турпродуктов или отдельных их составляющих), международный (в проекте участвуют иностранные партнеры).

Жизненный цикл туристского проекта включает следующие этапы: концептуальный (начальный); проектирование турпродукта, разработка турпродукта и получение готового турпродукта [4].

На начальном этапе проекта происходит: сбор и анализ исходных данных, выявляются потребности в проекте, формулируются цели проекта, подготавливаются основные требования к проекту, определяются участники проекта и необходимые ресурсы для его реализации, формулируется концепция проекта, которая затем утверждается.

На втором этапе – проектирования туристского продукта, происходит формирование самой команды разработчиков проекта, происходит развитие и конкретизация предложенной концепции, определяется структура туристского продукта, и, затем выполняется разработка сметы реализации турпродукта.

На третьем этапе – происходит оперативное планирование работ, контроль за выполнением всего хода работ, разработка соответствующих технологических процессов выполнения туристского продукта, устанавливаются деловые контакты, происходит юридическое оформление хозяйственных связей, рассчитываются показатели качества туристского продукта, калькулируется цена турпродукта.

На четвертом этапе – выполняется планирование самого процесса завершения проекта, апробация завершенного турпродукта, подготавливается необходимая инструктивно-нормативная документация для всех участников проекта и затем производится реализация полученного турпродукта на рынке.

Полученный туристский продукт, является товаром и обладает своим жизненным циклом, длительность которого определена рынком и зависит от спроса потребителей [5].

На жизненный цикл турпродукта оказывают влияние и такие факторы, как: мода, платежеспособность клиентов, реклама, международная ситуация и др.

Таким образом, в основе управления проектами в сфере туризма должна быть общая теория управления проектами с учетом специфики такой сферы услуг, как туризм.

Управление проектами в туризме является перспективным направлением, как в мире, так и начало постепенное распространение на территории РФ, позволяющее при правильном соблюдении всех этапов и графиков выполнения работ получить значительные результаты по разработке и реализации проектов.

Литература

1. Крутик, А.Б. Видьиособенностиуправленияпроектамивсфереуслуг / А.Б.Крутик, М.Б. Биржаков // Экономические науки. – 2015. - № 1(211). – С.117-125.
2. A Guide to the Project Management Body of Knowledge. PMI Standards Commite, Editin, 2000.- P.4.
3. Oberlander Garold D. Project Management for engineering and construction / 2nd ed. New York: MSGrawHill, 2000. – 368 p.
4. Zhilenko V.Y., Bing Pan. Trends in the field of risk management business tourism //Сетевойжурнал «Научныйрезультат». Серия «Технологиибизнесаисервиса». – Т.1,№4(6), 2015.- С. 33-38.
5. Pan, B. The Power of Search Engine Ranking forTourist Destinations / B. Pan // Tourism Management. 2015. № 47. P.79-87